



Re-Commerce-Studie 2024/2025

Institut für Handel & Internationales Marketing (H.I.MA),
Universität des Saarlandes

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland
e.V. (bevh)

Ergänzende Informationen und Statistiken zum Beitrag

Krempel, L. & Popp, B. (2025). Verbraucherbefragung zur Nutzung von Re-Commerce-Angeboten. In M. Groß-Albenhausen (Hrsg.), *Relevanz und Perspektiven des Re-Commerce für den deutschen Handel* (S. 29-46). Berlin: bevh.

STUDIENDESIGN UND DATEN

Erhebungszeitraum: Dezember 2024.

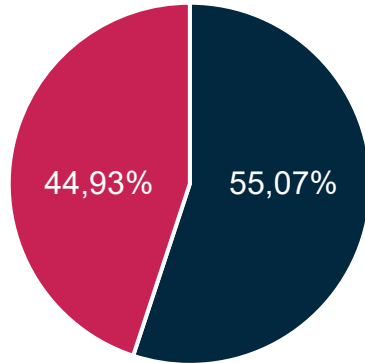
Studienbasis: 1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre, quotiert, über Online
Access Panel erhoben

	Fälle	Verbleibende Fälle
Rohdaten	2353	
Nicht beendete Fälle	90	2263
Qualitätscheck (Bitte um Auswahl einer bestimmten Antwortmöglichkeit)	55	2208
Ausschluss aufgrund soziodemografischer Merkmale		
Ausschluss durch Quotierung/Nichterfüllung soziodemografischer Merkmale	207	2001
Ausschluss aufgrund eines zu geringen Alters (<18 Jahre)	3	1998
Prüfung auf Duplikate		
Ausschluss von Duplikaten (beide Fälle), bei denen die Antworten inkonsistent sind	16	1982
Ausschluss von Duplikaten (nur ein Fälle), bei denen die Antworten konsistent sind	2	1980
Plausibilitätscheck		
Nicht plausibles Antwortverhalten (Anzahl identischer Werte >90%; widersprüchliche Antworten)	75	1905
Antwortzeit < 1 min.	2	1903
Arbeitsdaten	1903	

SOZIODEMOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG DER STICHPROBE UND DER RE-COMMERCE-KÄUFER UND RE-COMMERCE-VERKÄUFER

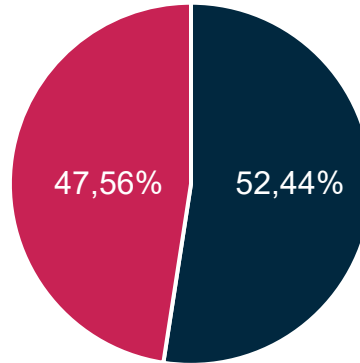
Haben Sie in den letzten 12 Monaten ein gebrauchtes Produkt im Internet gekauft/verkauft?

Käufer



■ Ja ■ Nein

Verkäufer

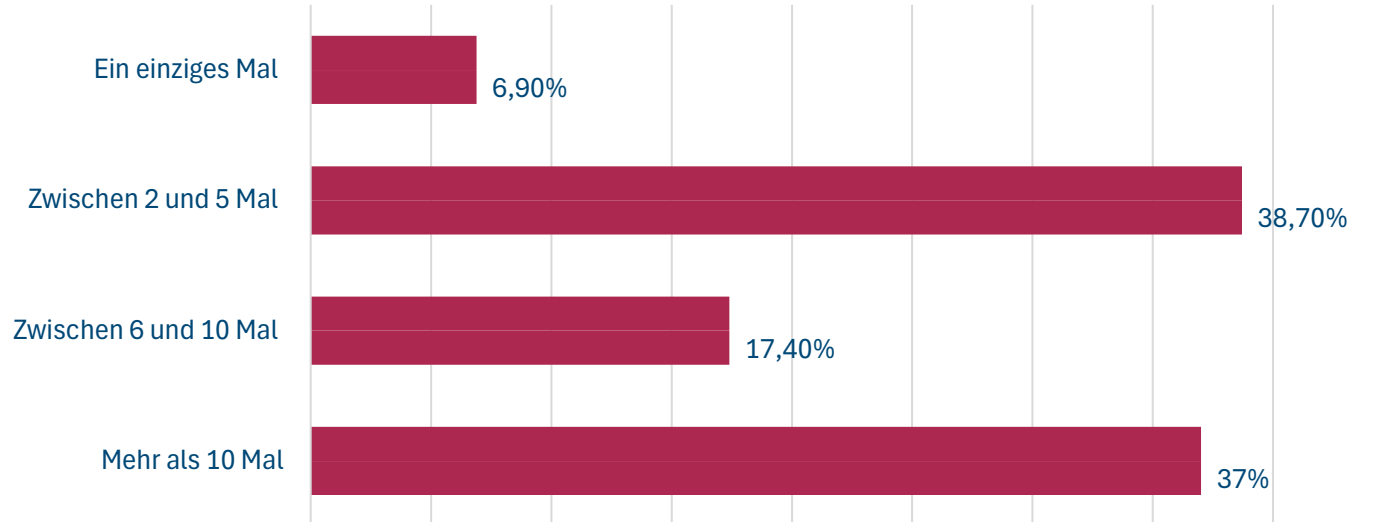


■ Ja ■ Nein

Erhebungszeitraum: Dezember 2024.
Studienbasis: 1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre, quotiert, über Online Access Panel erhoben

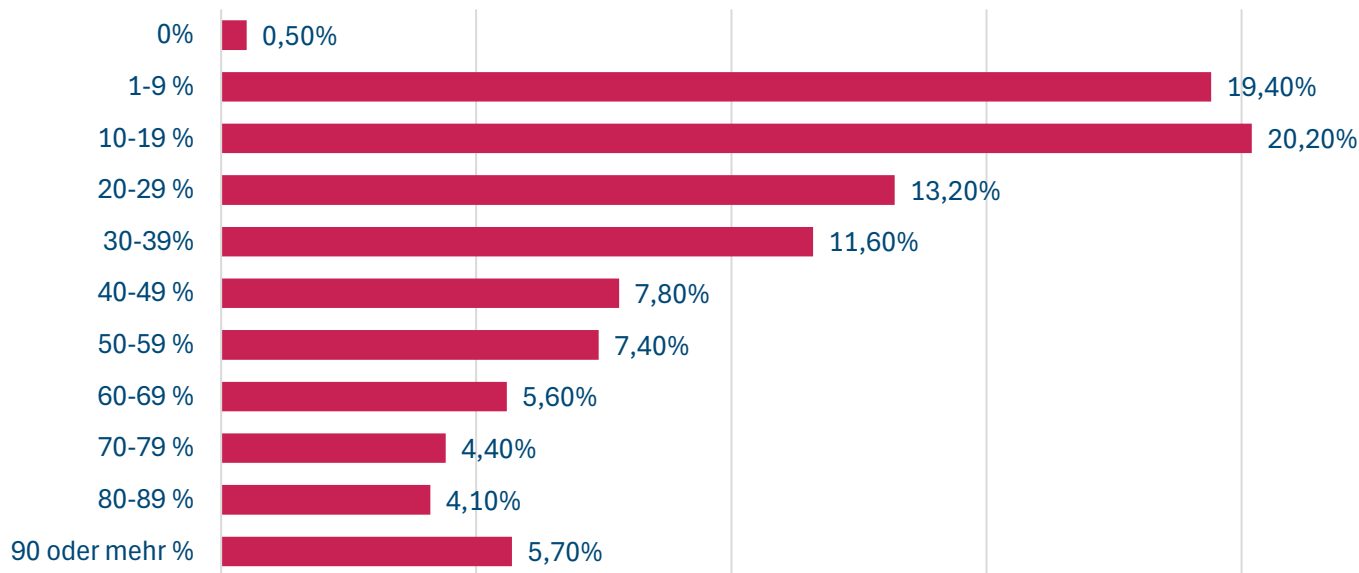
Viele Re-Commerce Käufer sind Wiederholungstäter

Wie oft haben Sie in der Vergangenheit bereits gebrauchte Produkte im Internet gekauft?



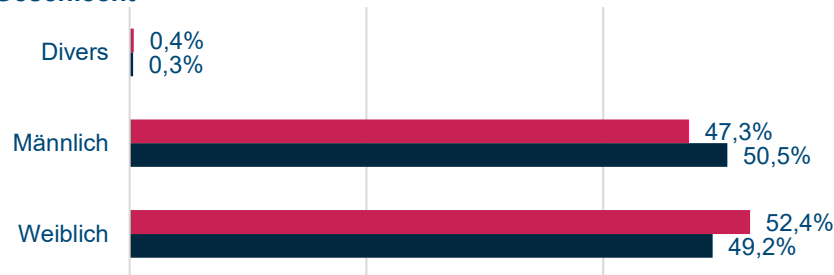
Gebrauchtwaren sind beliebte Online-Käufe

Bei wie viel Prozent der insgesamt von Ihnen im Internet gekauften Produkte handelt es sich um Gebrauchtwaren?

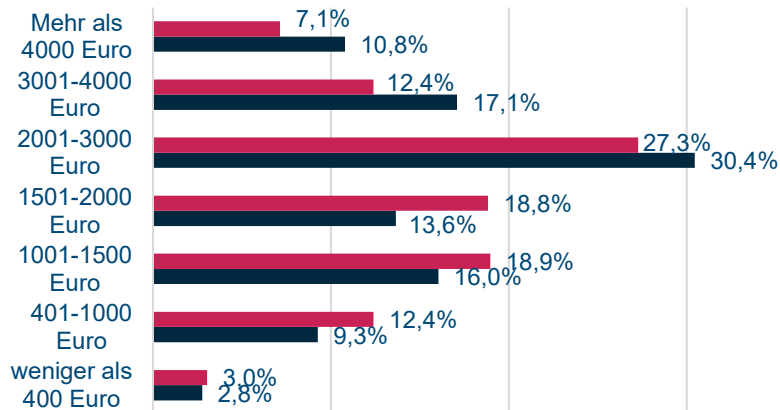


Soziodemografische Merkmale der Käuferseite: Übersicht

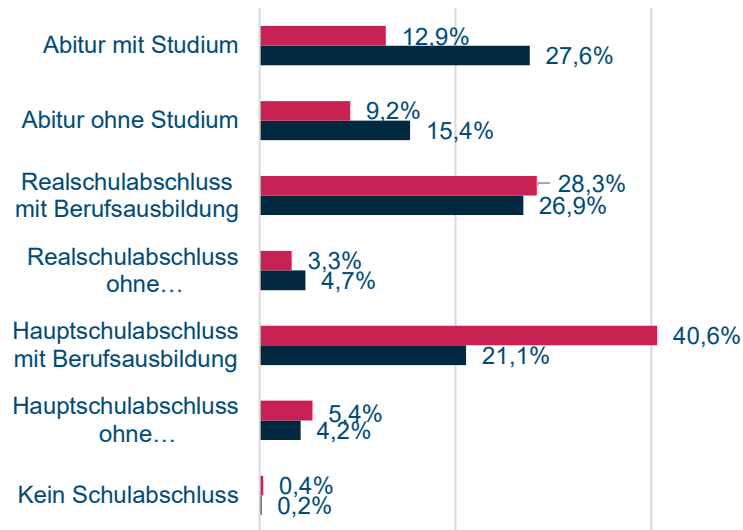
Geschlecht



Einkommen



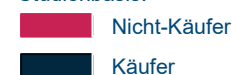
Bildung



Durchschnittsalter

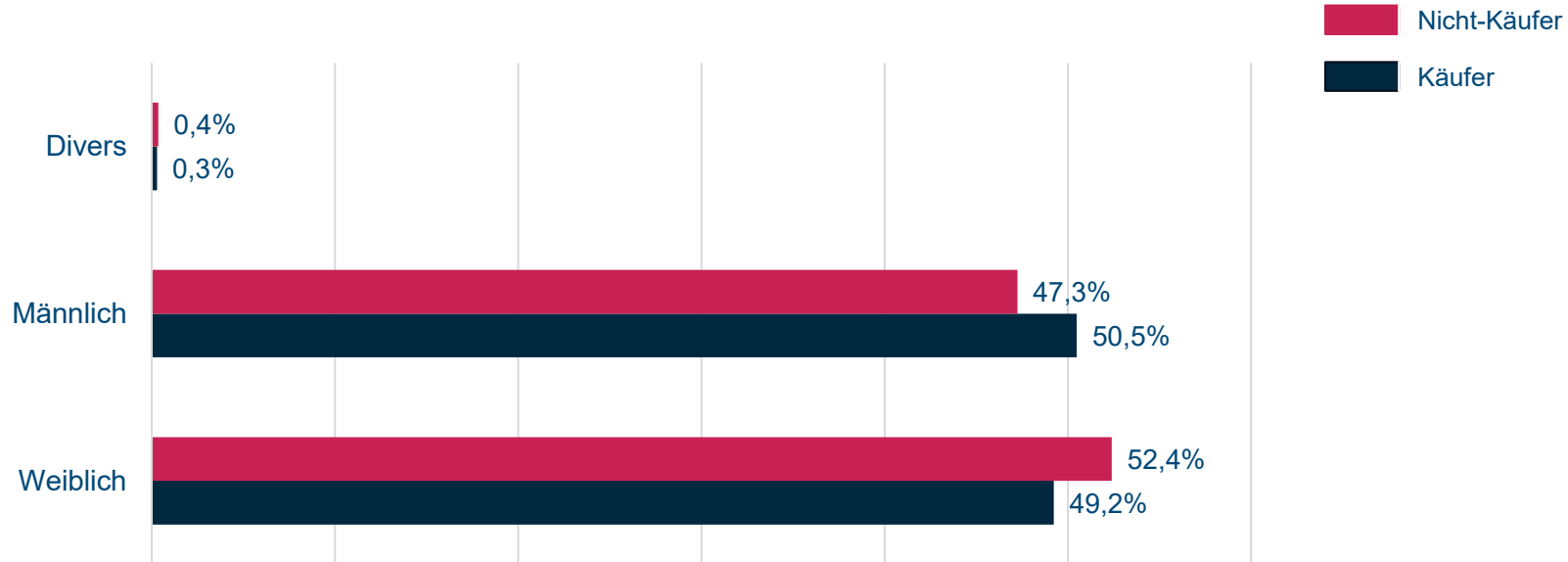


Erhebungszeitraum:
Studienbasis:



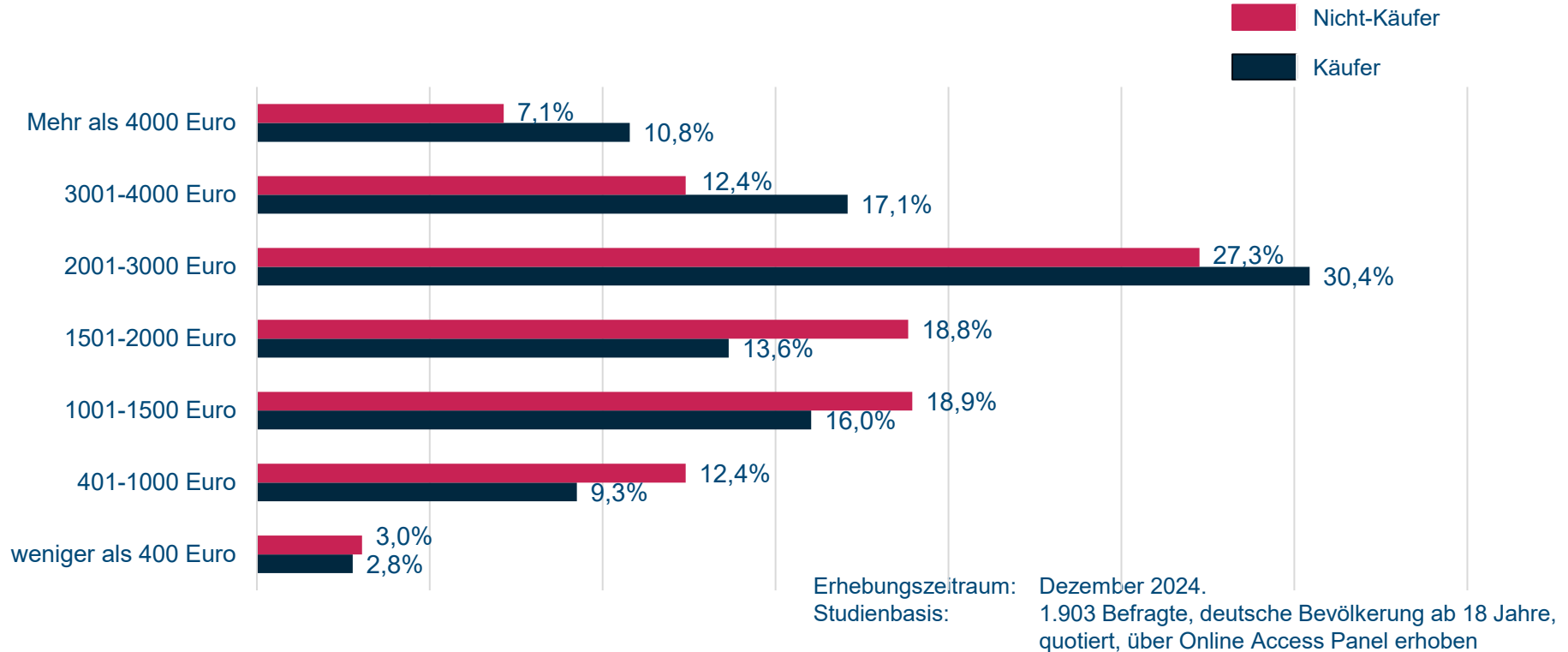
Dezember 2024.
1.903 Befragte, deutsche
Bevölkerung ab 18 Jahre,
quotiert, über Online Access
Panel erhoben

Soziodemografische Merkmale der Käuferseite: Geschlecht

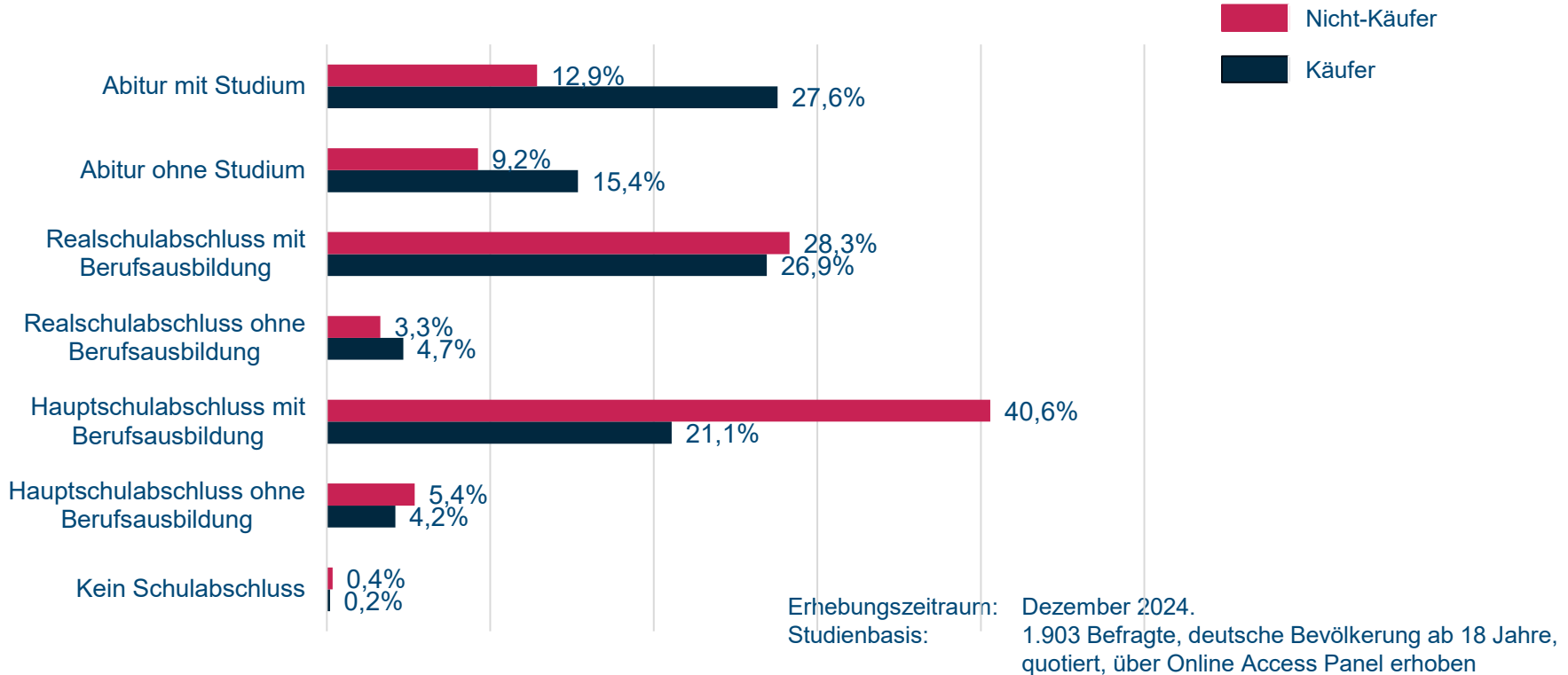


Erhebungszeitraum: Dezember 2024.
Studienbasis: 1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre, quotiert, über Online Access Panel erhoben

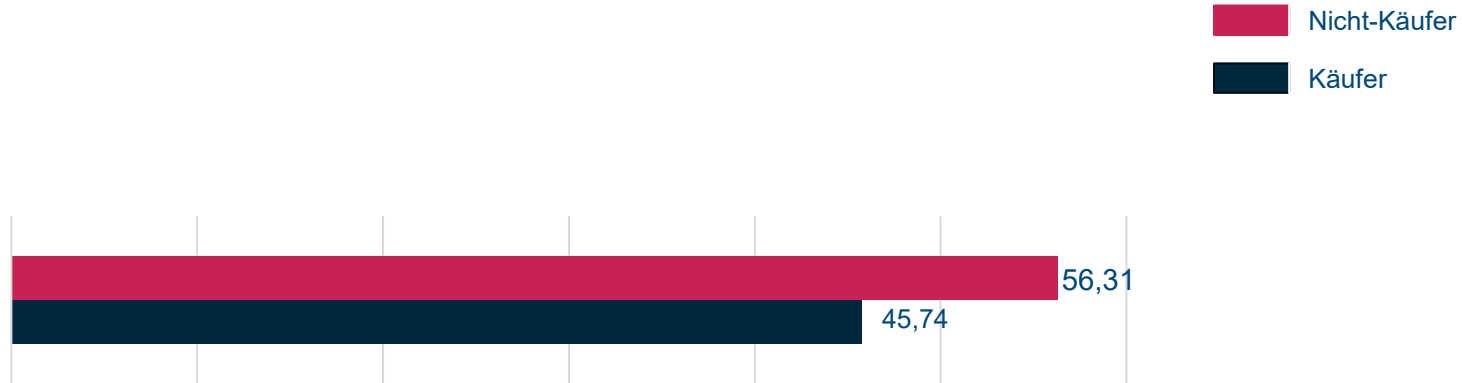
Soziodemografische Merkmale der Käuferseite: Einkommen



Soziodemografische Merkmale der Käuferseite: Bildung



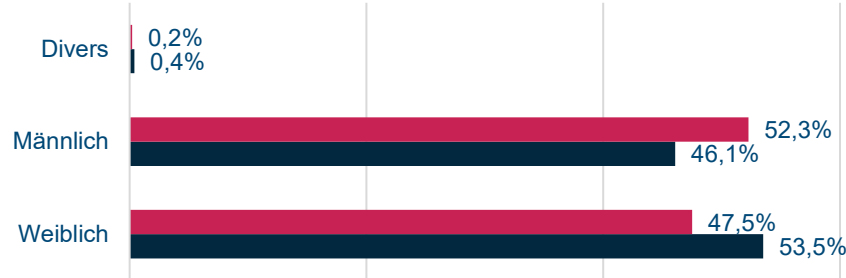
Soziodemografische Merkmale der Käuferseite: Durchschnittsalter



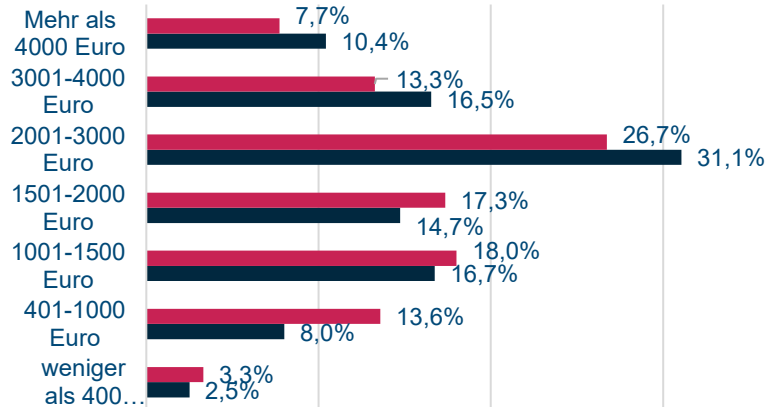
Erhebungszeitraum: Dezember 2024.
Studienbasis: 1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre,
quotiert, über Online Access Panel erhoben

Soziodemografische Merkmale der Verkäuferseite: Übersicht

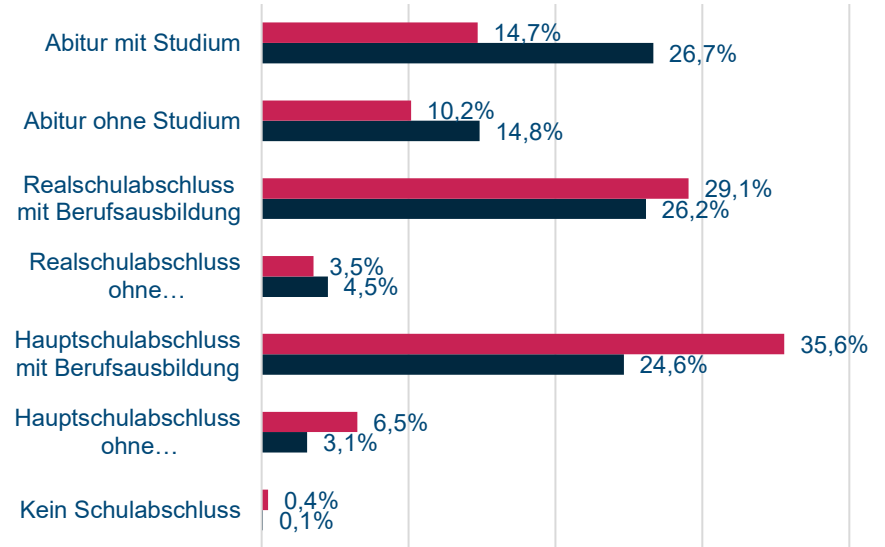
Geschlecht



Einkommen



Bildung



Durchschnittsalter

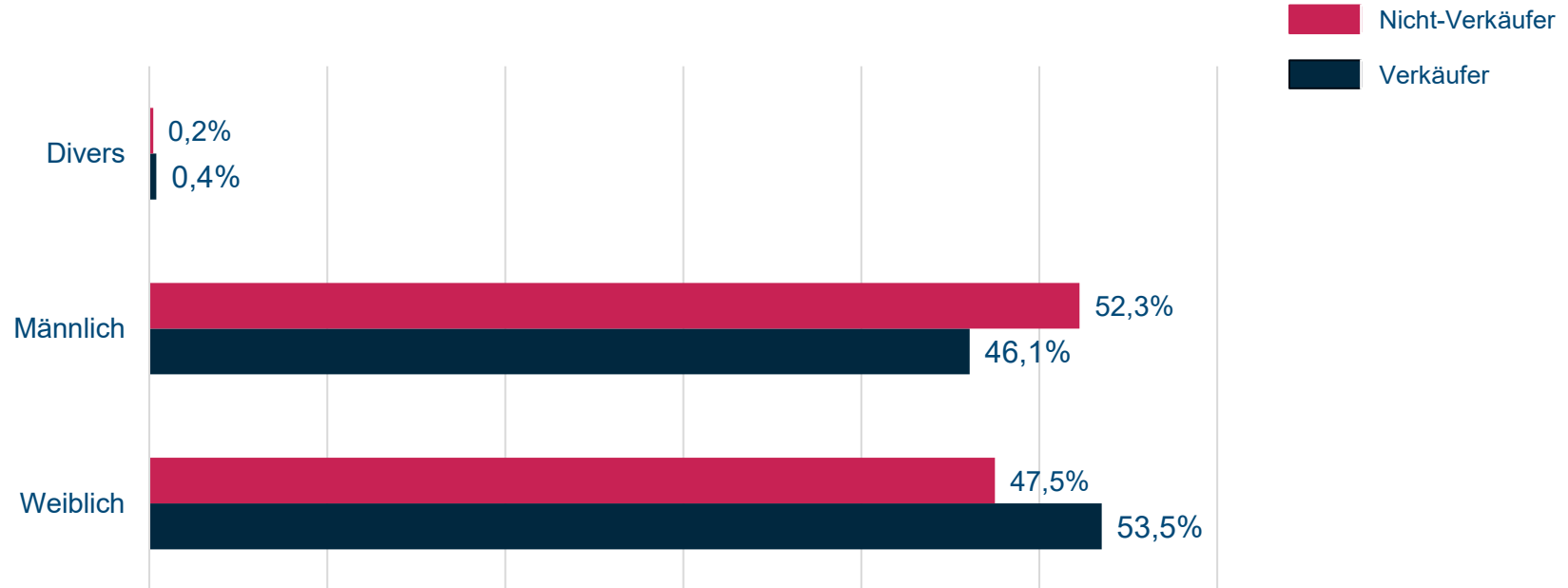


Erhebungszeitraum:
Studienbasis:

■ Nicht-Verkäufer
■ Verkäufer

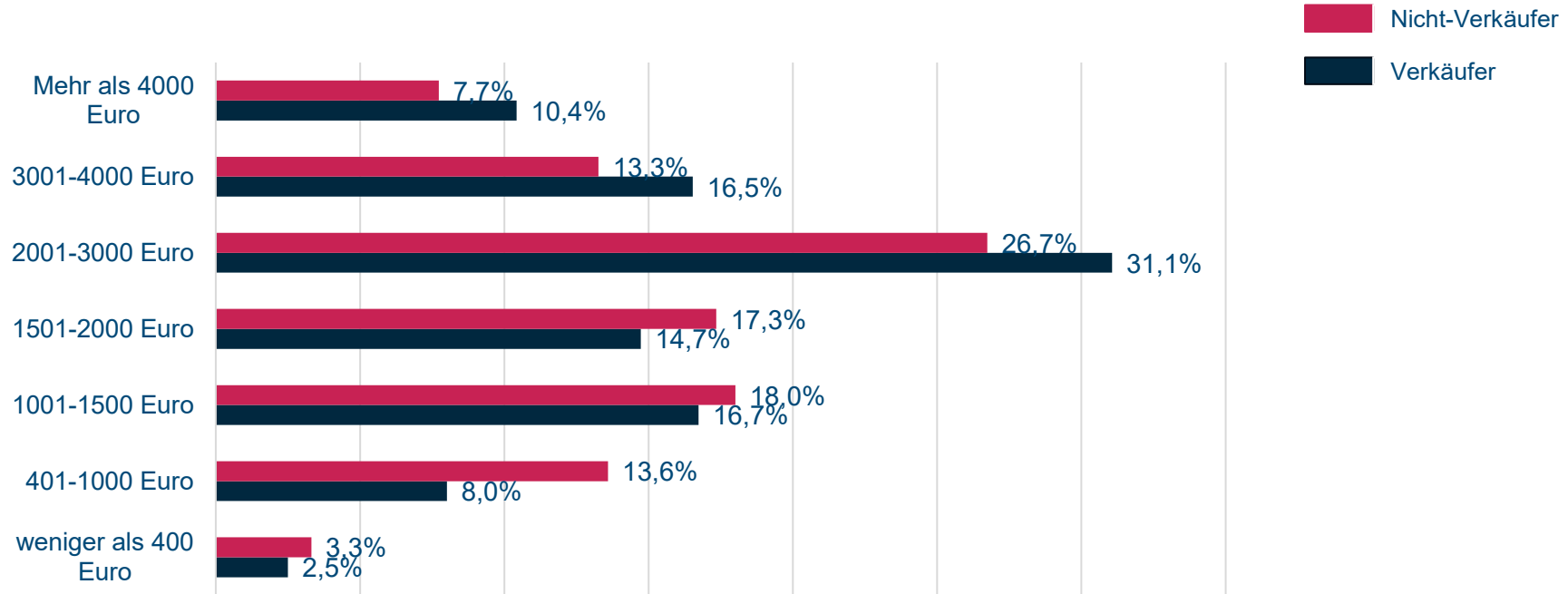
Dezember 2024.
1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre, quotiert, über Online Access Panel erhoben

Soziodemografische Merkmale der Verkäuferseite: Geschlecht



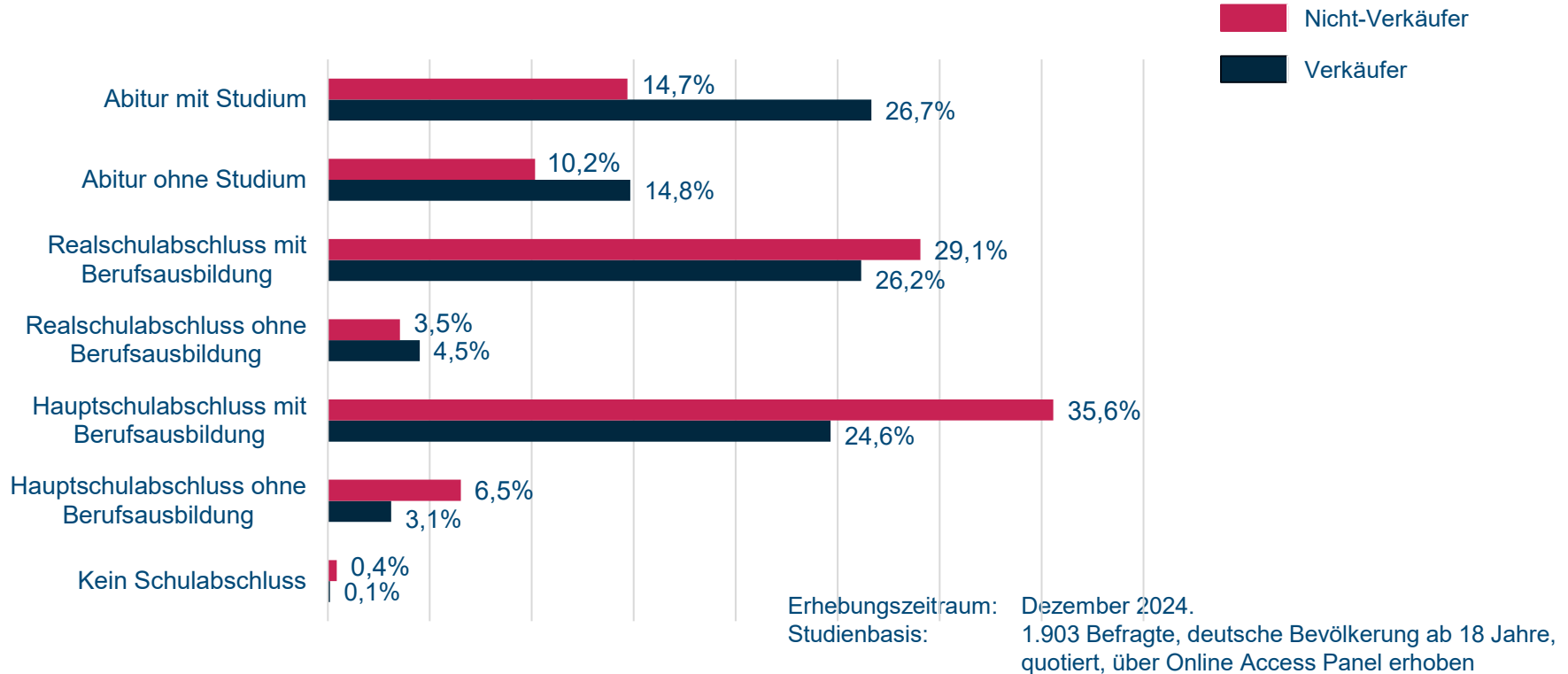
Erhebungszeitraum: Dezember 2024.
Studienbasis: 1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre, quotiert, über Online Access Panel erhoben

Soziodemografische Merkmale der Verkäuferseite: Einkommen

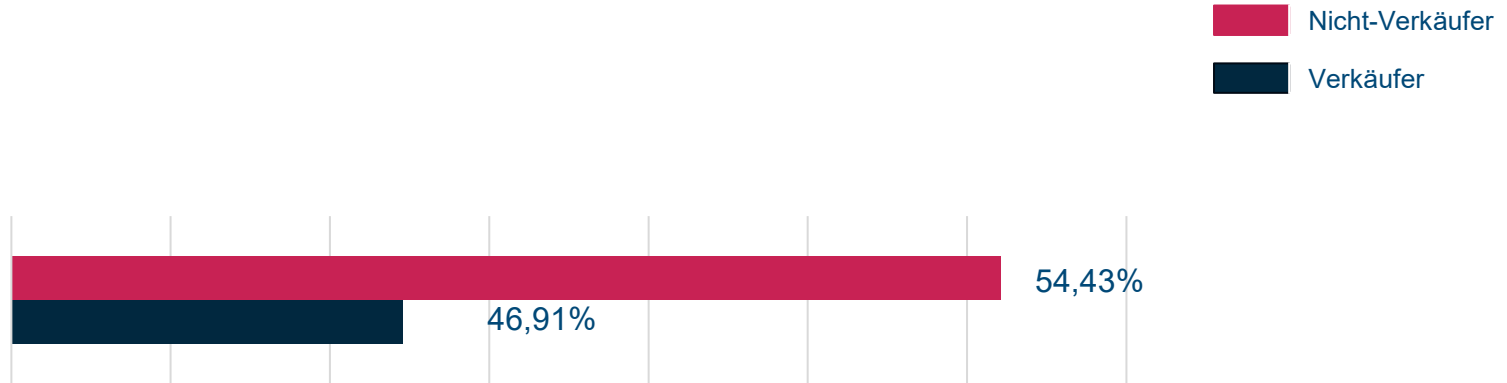


Erhebungszeitraum: Dezember 2024.
Studienbasis: 1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre, quotiert, über Online Access Panel erhoben

Soziodemografische Merkmale der Verkäuferseite: Bildung



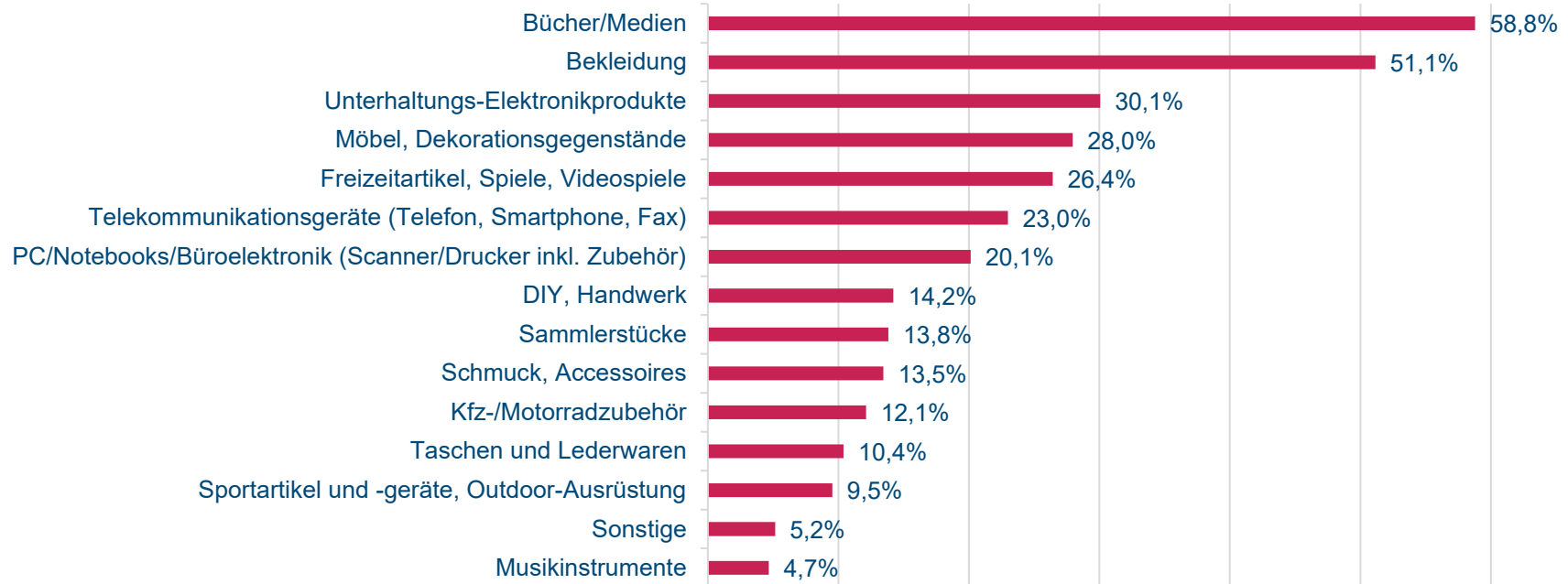
Soziodemografische Merkmale der Verkäuferseite: Alter



Erhebungszeitraum: Dezember 2024.
Studienbasis: 1.903 Befragte, deutsche Bevölkerung ab 18 Jahre, quotiert, über Online Access Panel erhoben

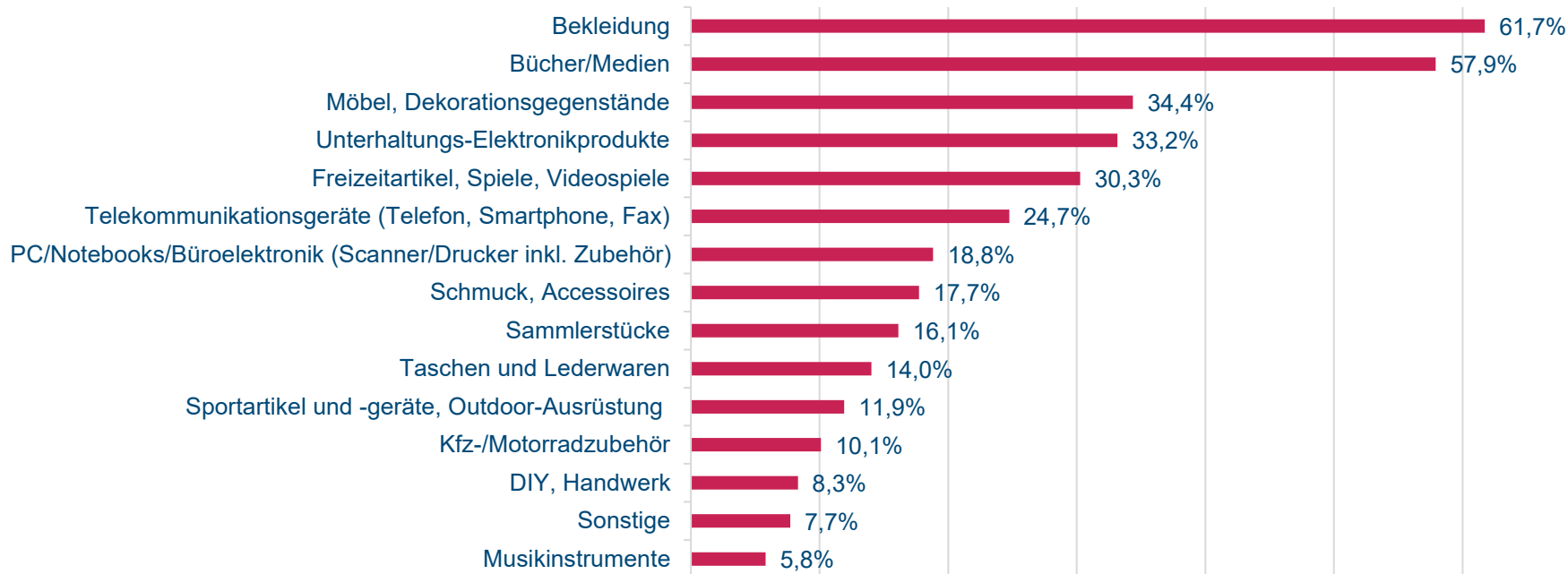
Bücher, Medien und Bekleidung sind unter Käufern die meistverbreiteten Produktkategorien

Welche Art von gebrauchten Artikeln haben Sie bereits online gekauft?



Bekleidung, Bücher/Medien und Möbel sind die beliebtesten Produktkategorien im Verkauf

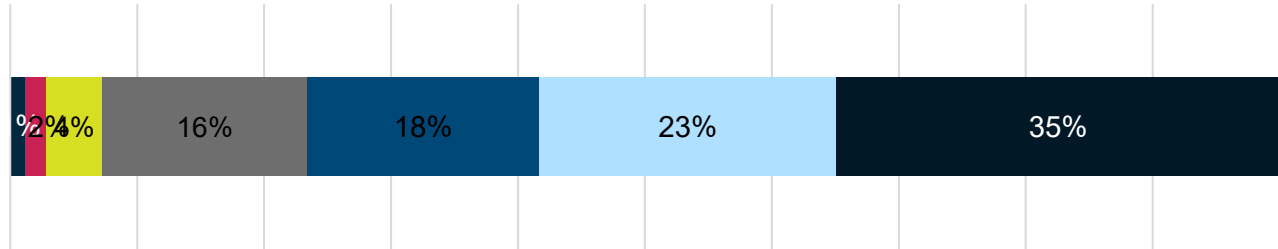
Welche Art von gebrauchten Artikeln haben Sie bereits online verkauft?



ONLINEKAUF GEBRAUCHTER WARE

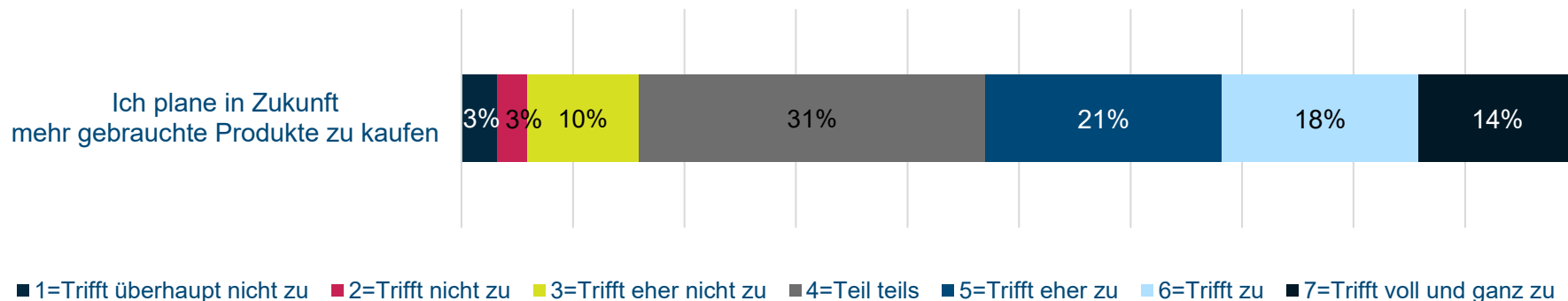
Mehr als drei Viertel der Re-Commerce-Käufer (76%) gehen davon aus, auch zukünftig online gebrauchte Produkte zu kaufen.

Die Wahrscheinlichkeit, dass ich innerhalb der nächsten 12 Monate online gebrauchte Produkte kaufen würde, ist hoch



■ 1=Trifft überhaupt nicht zu ■ 2=Trifft nicht zu ■ 3=Trifft eher nicht zu ■ 4=Teil teils ■ 5=Trifft eher zu ■ 6=Trifft zu ■ 7=Trifft voll und ganz zu

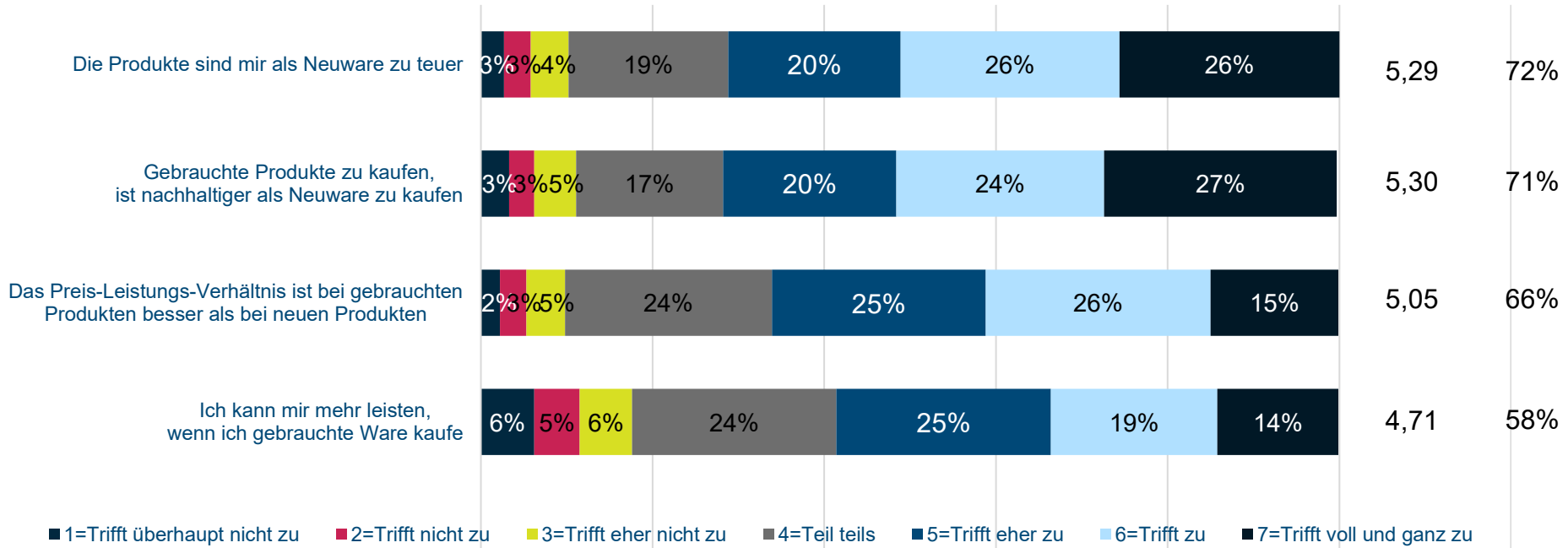
Über die Hälfte der Re-Commerce-Käufer (53%) planen in Zukunft mehr gebrauchte Produkte zu kaufen.



Relevante Gründe und Treiber für den Gebrauchtwarenkauf im Internet (1/3)

Welche der folgenden Gründe sind bei Ihnen für die Bestellung gebrauchter Artikel im Internet relevant?

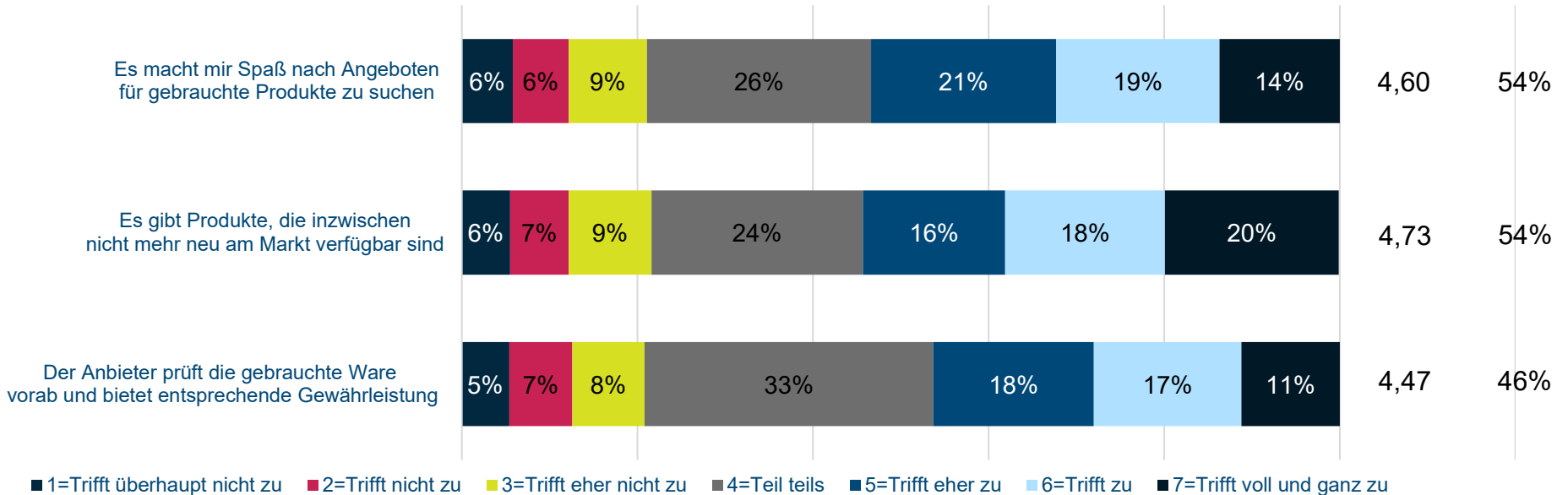
Mittelwert % Zustimmung



Relevante Gründe und Treiber für den Gebrauchtwarenkauf im Internet (2/3)

Welche der folgenden Gründe sind bei Ihnen für die Bestellung gebrauchter Artikel im Internet relevant?

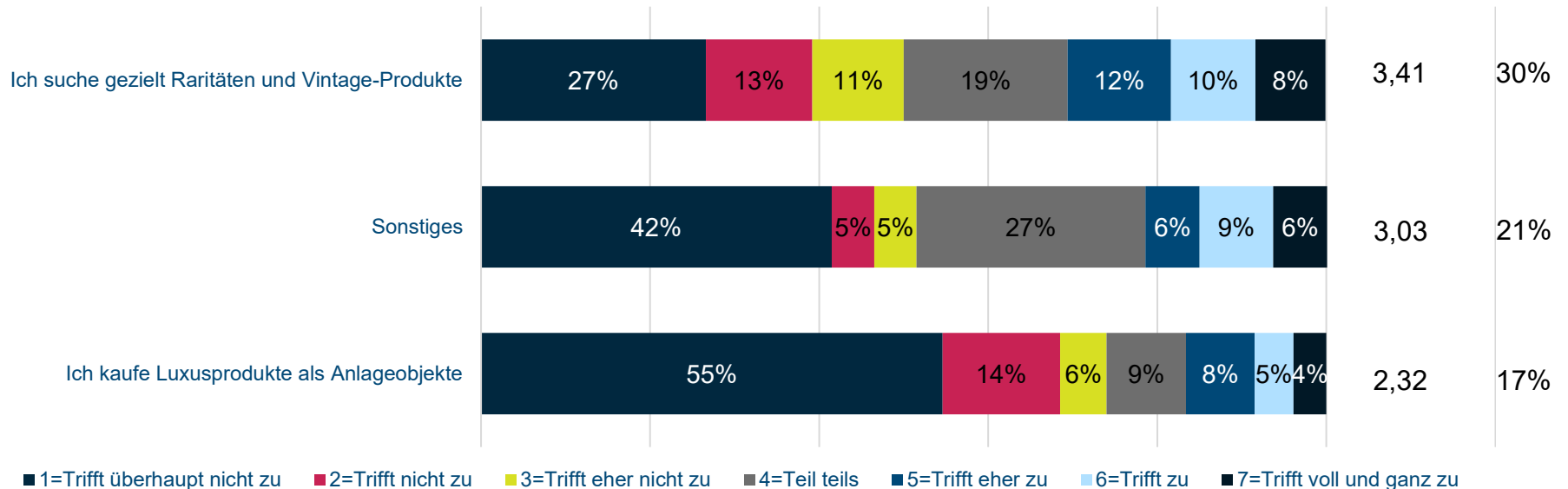
Mittel-
wert % Zustim-
mung



Relevante Gründe und Treiber für den Gebrauchtwarenkauf im Internet (3/3)

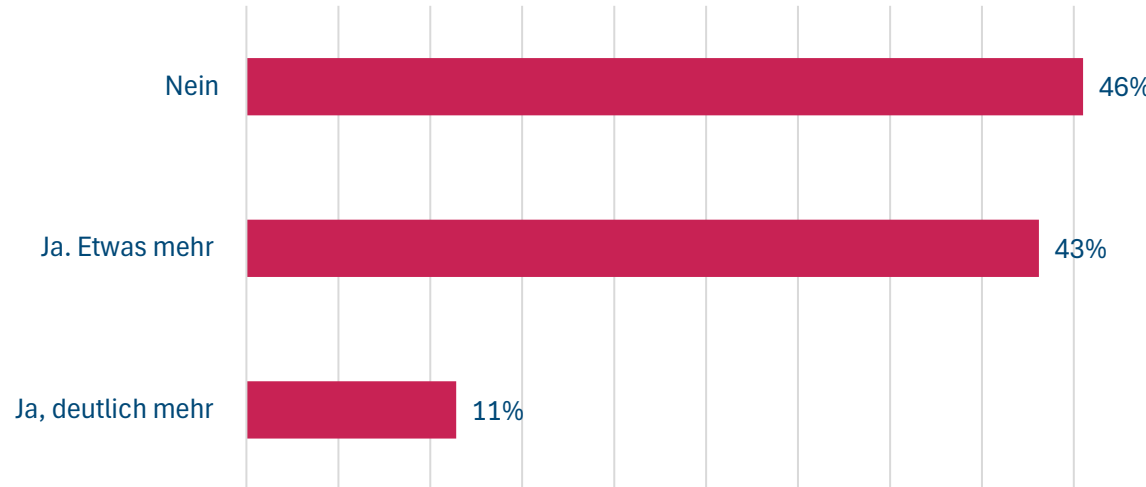
Welche der folgenden Gründe sind bei Ihnen für die Bestellung gebrauchter Artikel im Internet relevant?

Mittel-
wert % Zustim-
mung



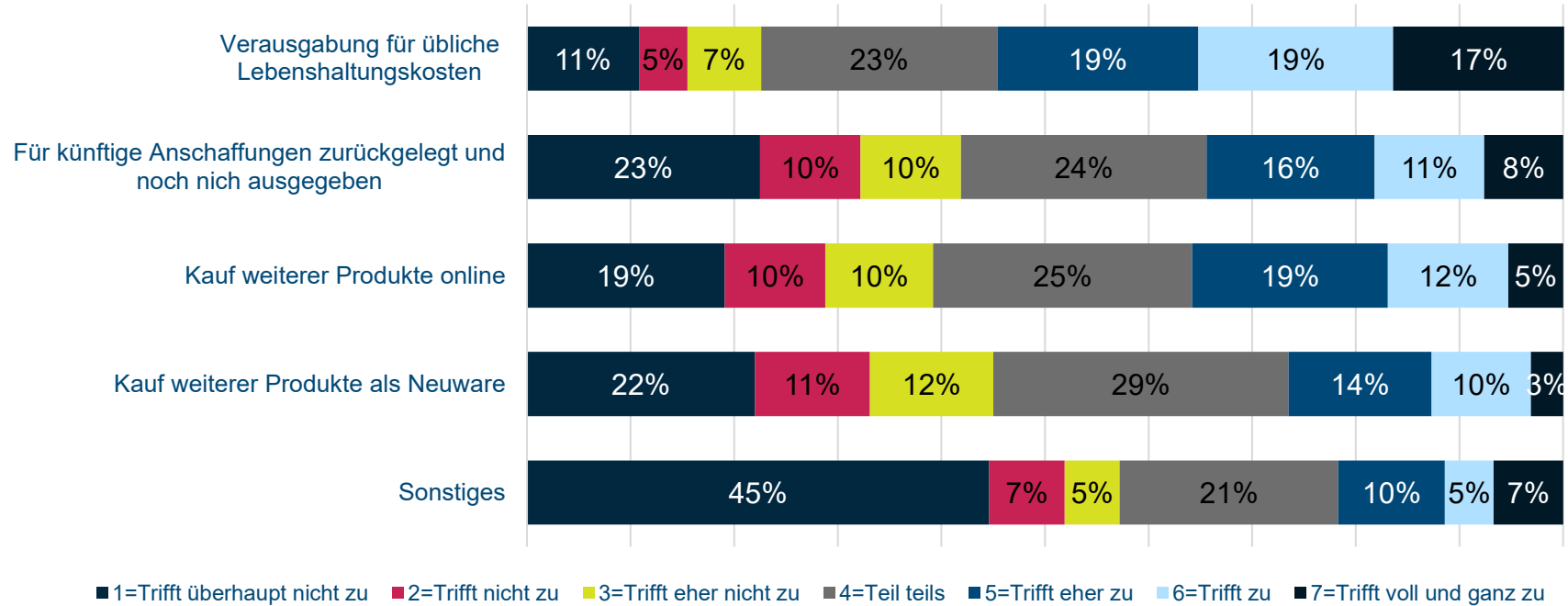
Mehr als die Hälfte der Re-Commerce-Käufer (54%) leistet sich durch den Gebrauchtwarenkau f mehr

Ganz allgemein betrachtet: Leisten Sie sich mehr, seit Sie die Möglichkeit haben, gebrauchte Produkte online zu bestellen?



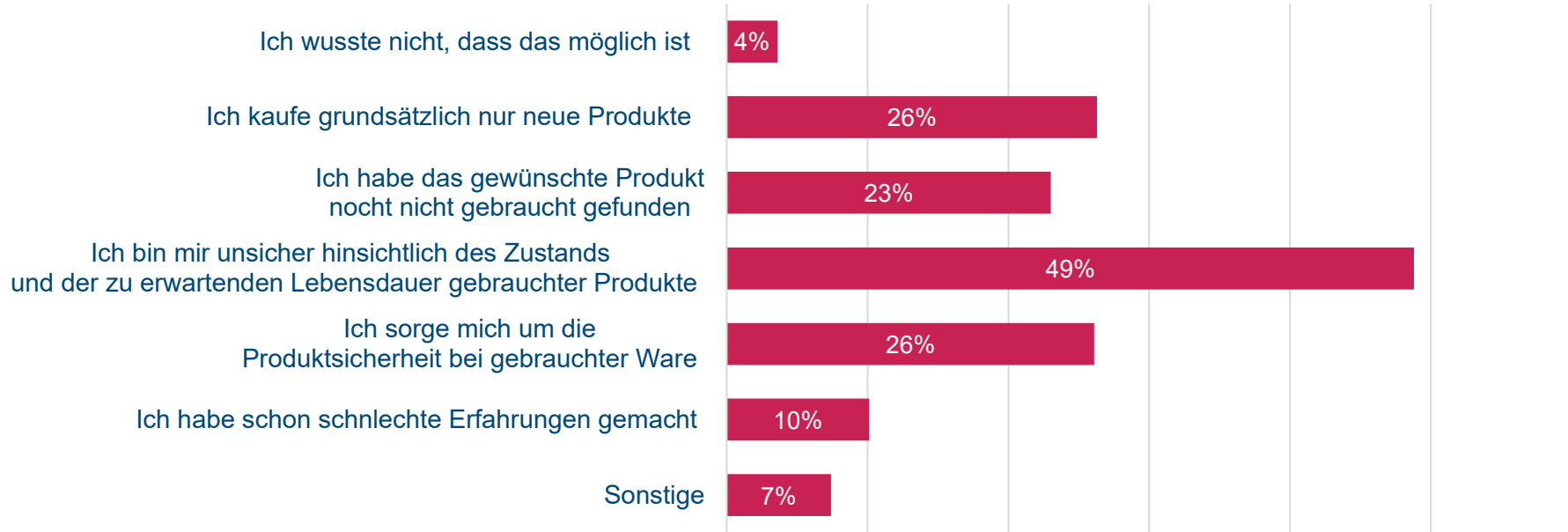
Einsparungen durch den Gebrauchtwarenkauf werden vielfältig genutzt

Wie haben Sie die Einsparungen gegenüber dem Neupreis der Waren eingesetzt?



Die Unsicherheit über den Zustand gebrauchter Produkte ist das größte Hemmnis bei Nicht-Re-Commerce-Käufern

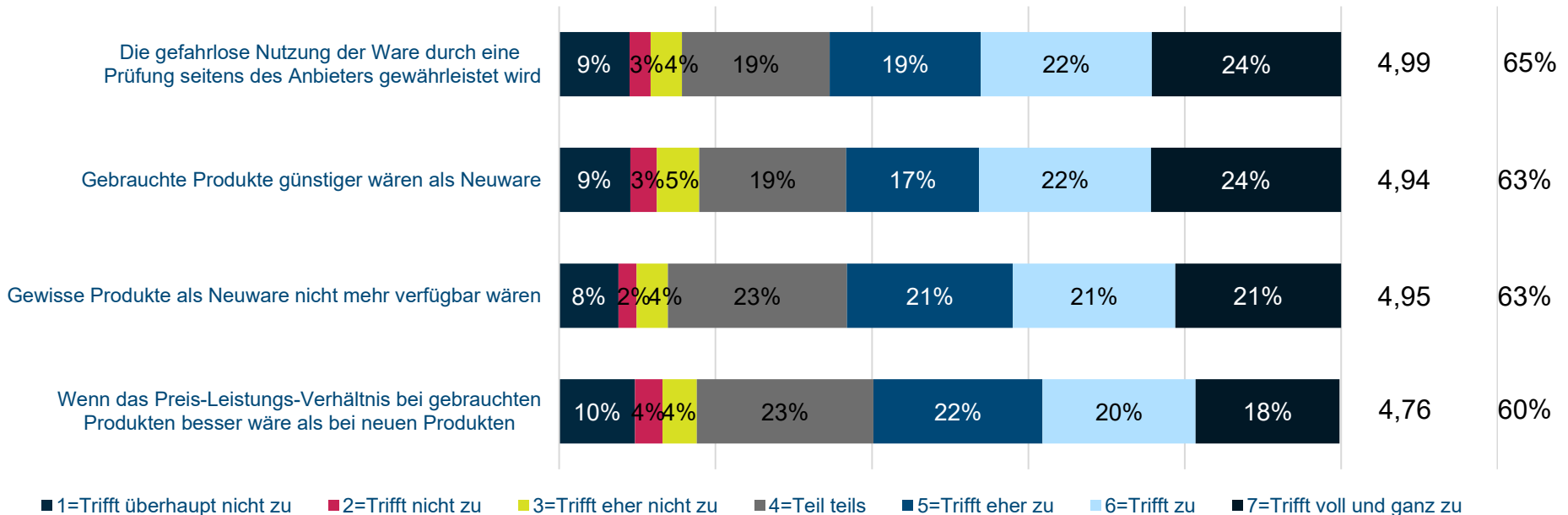
Welche Bedenken/Hintergründe sehen Sie beim Kauf gebrauchter Produkte im Internet?



Garantien und Preisvorteile können zur Überzeugung von Nicht-Re-Commerce-Käufern beitragen

Vom Gebrauchtwarenkauf könnte ich überzeugt werden, wenn...

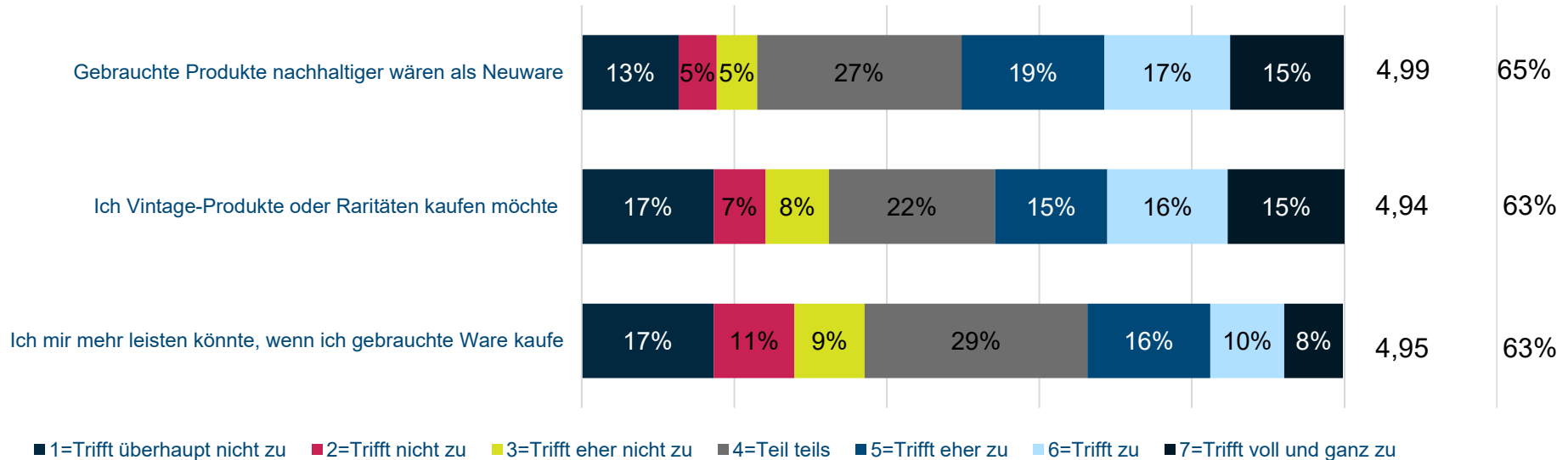
Mittel-
wert % Zustim-
mung



Nachhaltigkeit und Vintage sind auch bei Nicht-Re-Commerce-Käufern ein Thema

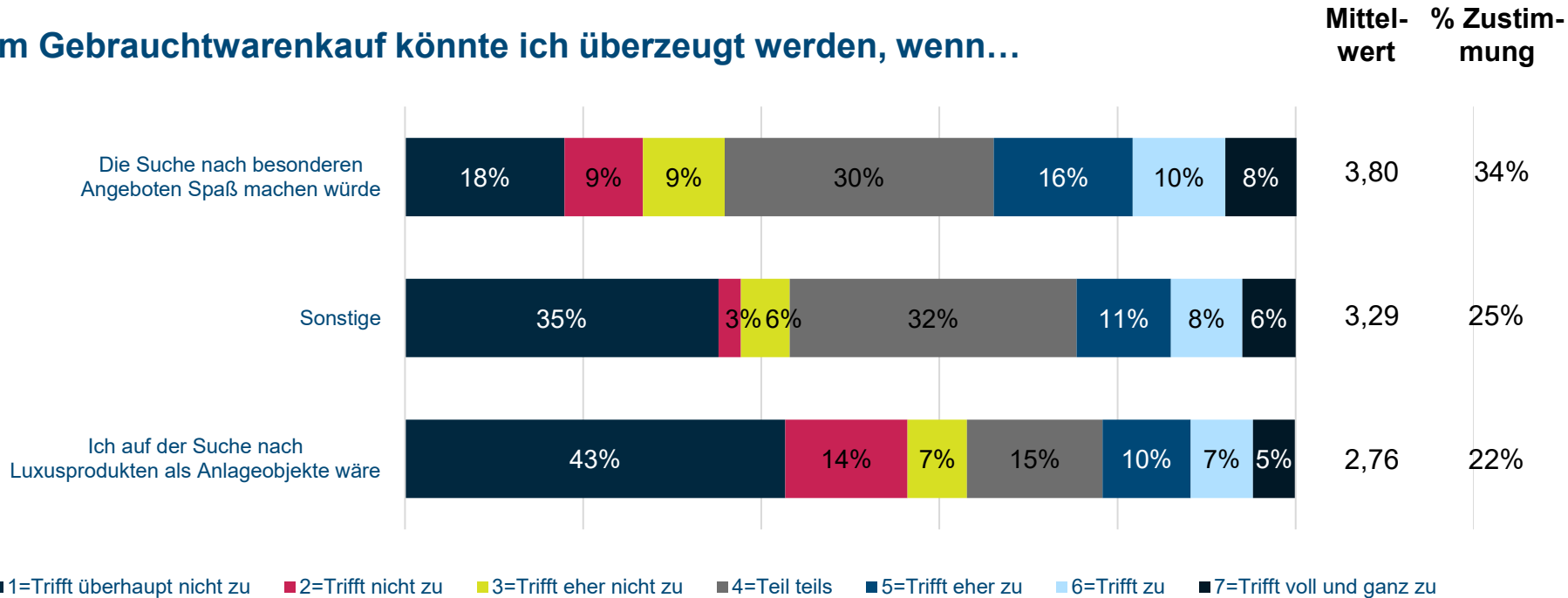
Vom Gebrauchtwarenkauf könnte ich überzeugt werden, wenn...

Mittel-
wert % Zustim-
mung



Spaß und Luxusobjekte sind bei Nicht-Re-Commerce-Käufern nur teilweise relevant

Vom Gebrauchtwarenkauf könnte ich überzeugt werden, wenn...

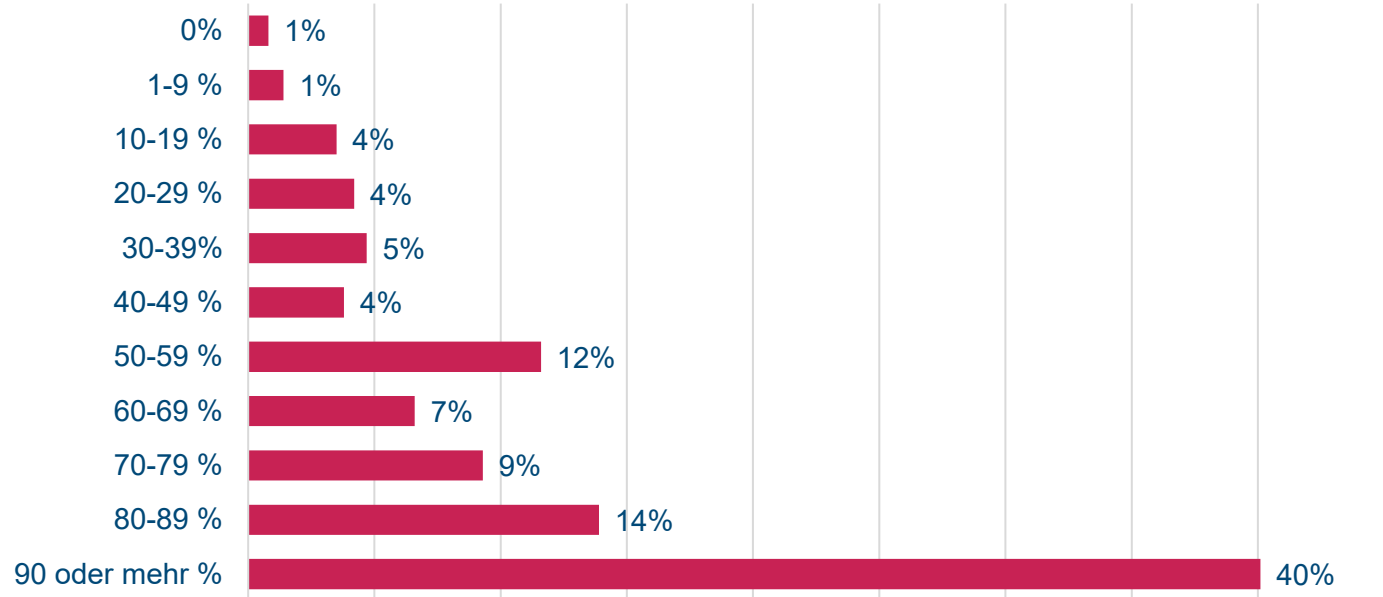


ONLINEVERKAUF GEBRAUCHTER WARE

Unter aktiven Verkäufern hat der Gebrauchtwarenverkauf großes Zukunftspotential

Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie in den nächsten 12 Monaten gebrauchte Artikel online verkaufen?

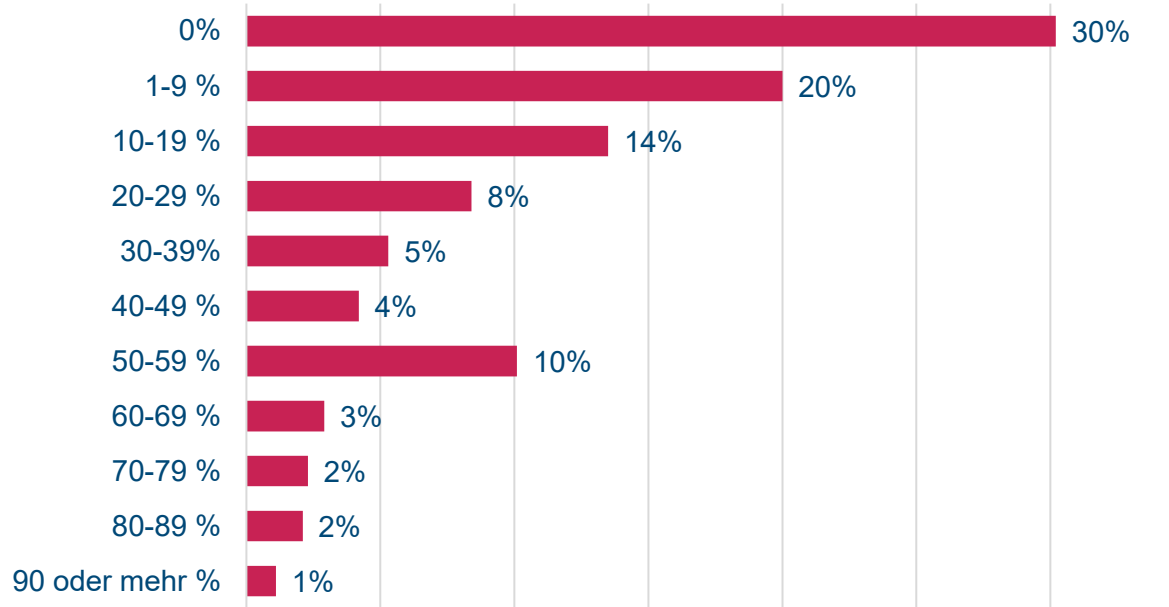
Aktive-Verkäufer



Nicht-Verkäufer schätzen die Wahrscheinlichkeit zukünftig gebrauchte Produkte zu verkaufen unterschiedlich ein

Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie in den nächsten 12 Monaten gebrauchte Artikel online verkaufen?

Nicht-Verkäufer



Die Mehrheit der Re-Commerce-Verkäufer (54%) hält die erzielten Erlöse für eher oder vollkommen angemessen

Beim Onlineverkauf gebrauchter Ware erhalte ich einen angemessenen Preis für die Produkte.

Beim Onlineverkauf gebrauchter Ware erhalte ich einen angemessenen Preis für die Produkte.

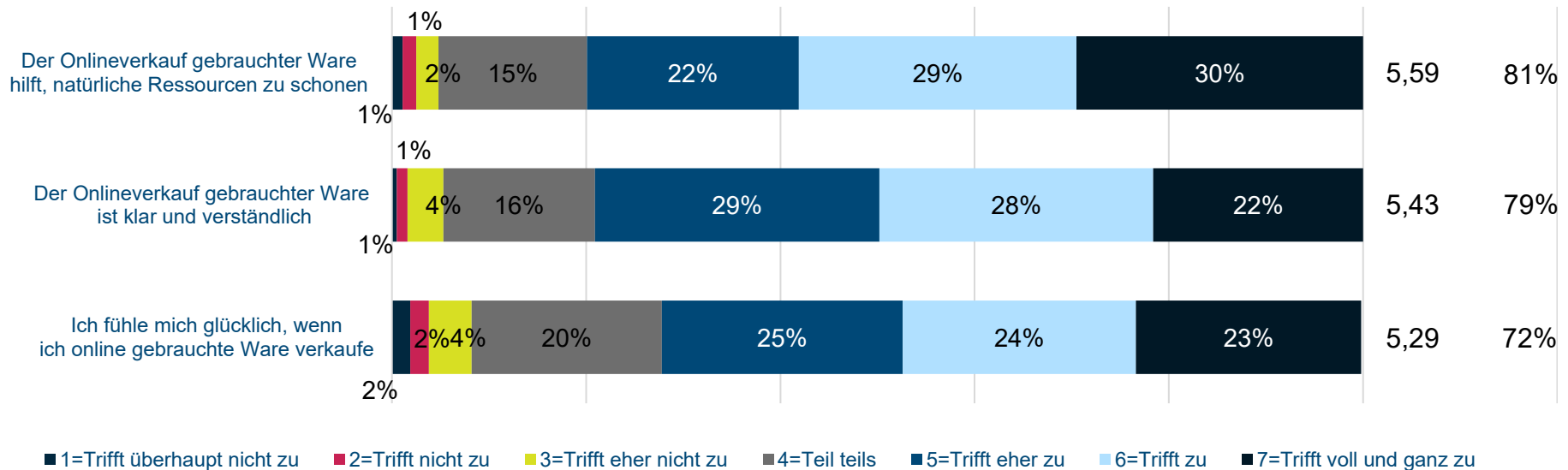


■ 1 = trifft überhaupt nicht zu ■ 2 = trifft nicht zu ■ 3 = trifft eher nicht zu ■ 4 = teils teils ■ 5 = trifft eher zu ■ 6 = trifft zu ■ 7 = trifft voll und ganz zu

Relevante Gründe und Treiber für den Gebrauchtwarenverkauf im Internet (1/3)

Welche der folgenden Gründe sind bei Ihnen für den Verkauf gebrauchter Artikel im Internet relevant?

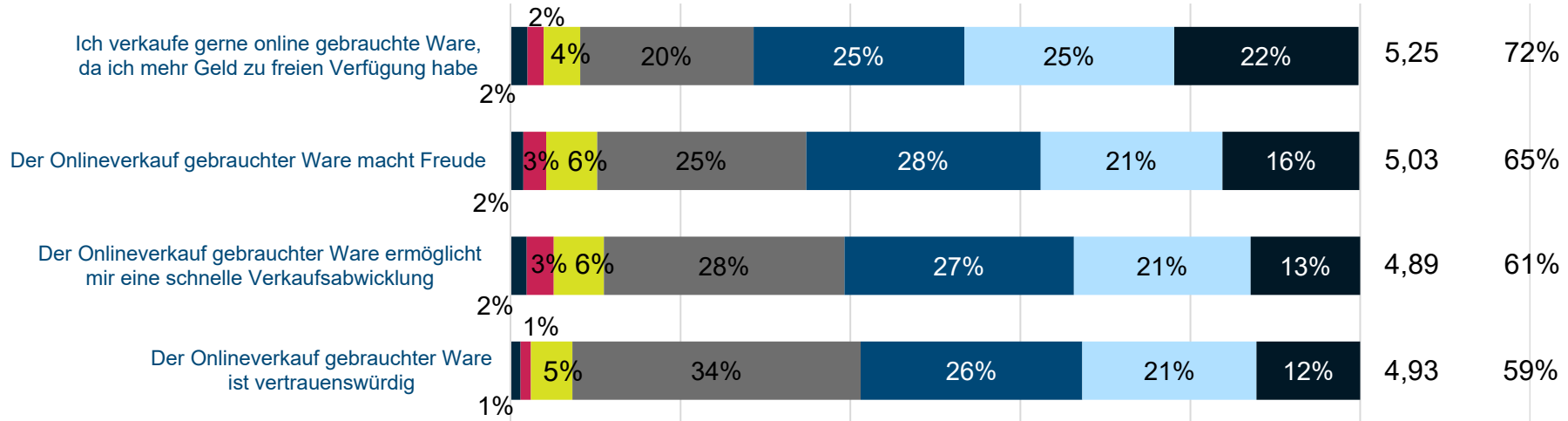
Mittel-
wert % Zustim-
mung



Relevante Gründe und Treiber für den Gebrauchtwarenverkauf im Internet (2/3)

Welche der folgenden Gründe sind bei Ihnen für den Verkauf gebrauchter Artikel im Internet relevant?

Mittel-
wert % Zustim-
mung

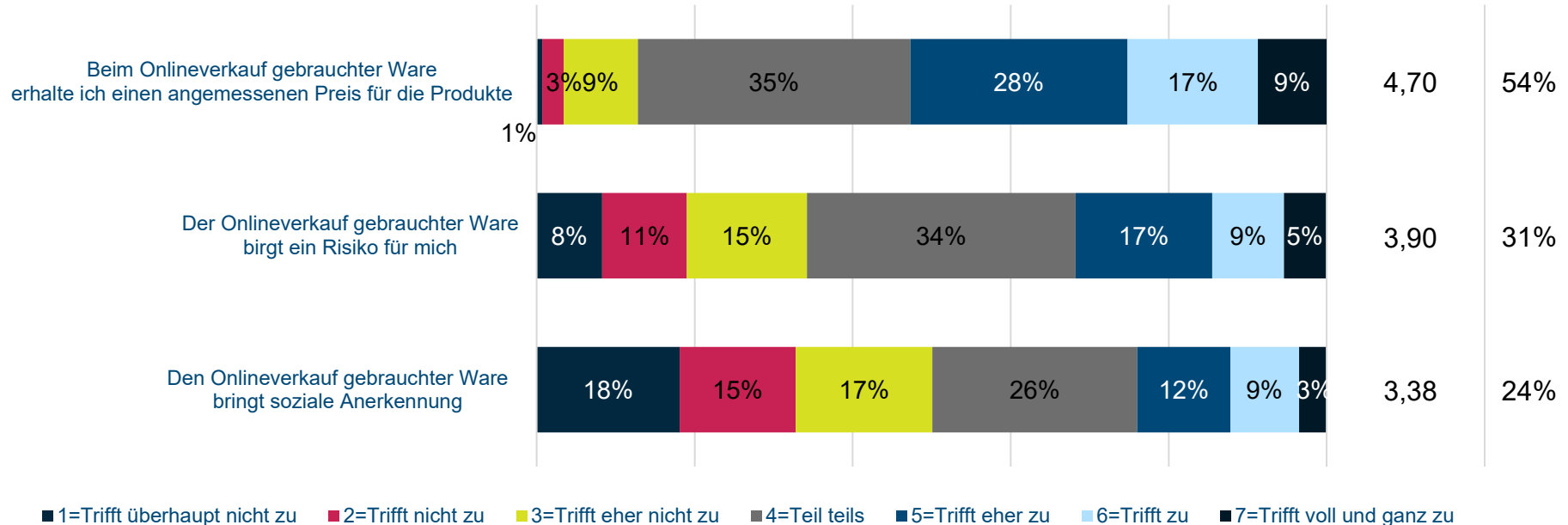


■ 1=Trifft überhaupt nicht zu ■ 2=Trifft nicht zu ■ 3=Trifft eher nicht zu ■ 4=Teil teils ■ 5=Trifft eher zu ■ 6=Trifft zu ■ 7=Trifft voll und ganz zu

Relevante Gründe und Treiber für den Gebrauchtwarenverkauf im Internet (3/3)

Welche der folgenden Gründe sind bei Ihnen für den Verkauf gebrauchter Artikel im Internet relevant?

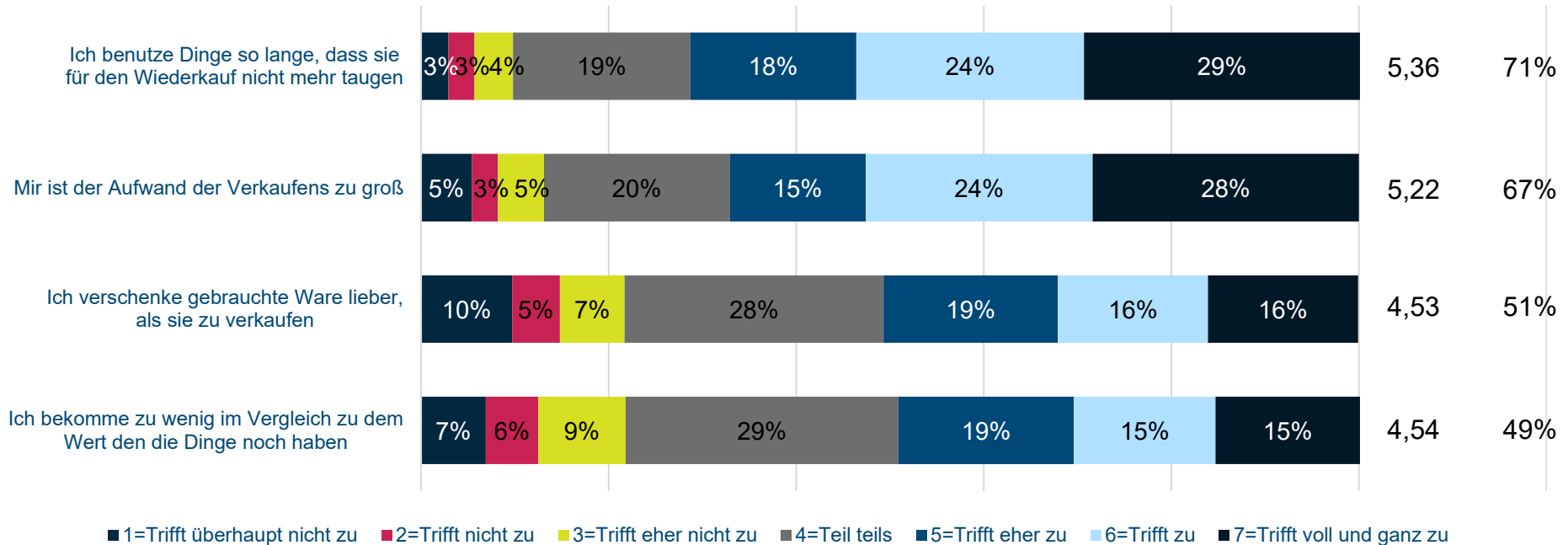
Mittel-
wert % Zustim-
mung



Bedenken und Hindernisse für den Gebrauchtwarenverkauf unter Nicht-Verkäufern (1/3)

Was hält Sie davon ab, selbst gebrauchte Ware online zu verkaufen?

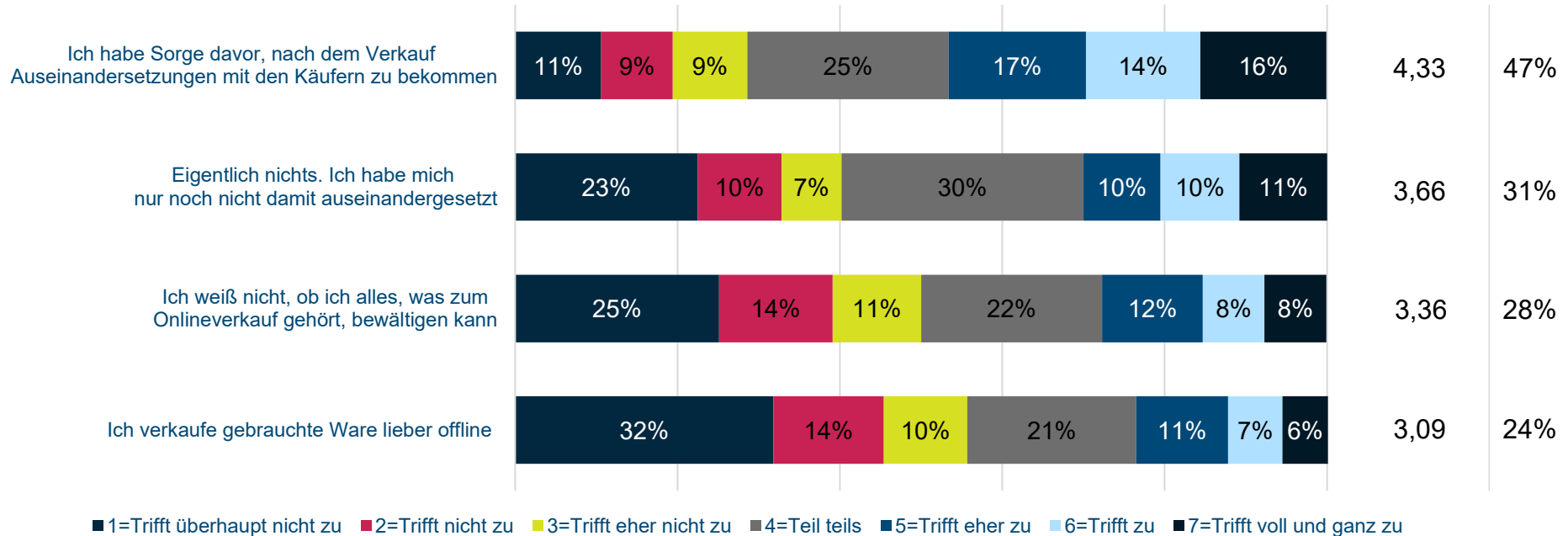
Mittel-
wert % Zustim-
mung



Bedenken und Hindernisse für den Gebrauchtwarenverkauf unter Nicht-Verkäufern (2/3)

Was hält Sie davon ab, selbst gebrauchte Ware online zu verkaufen?

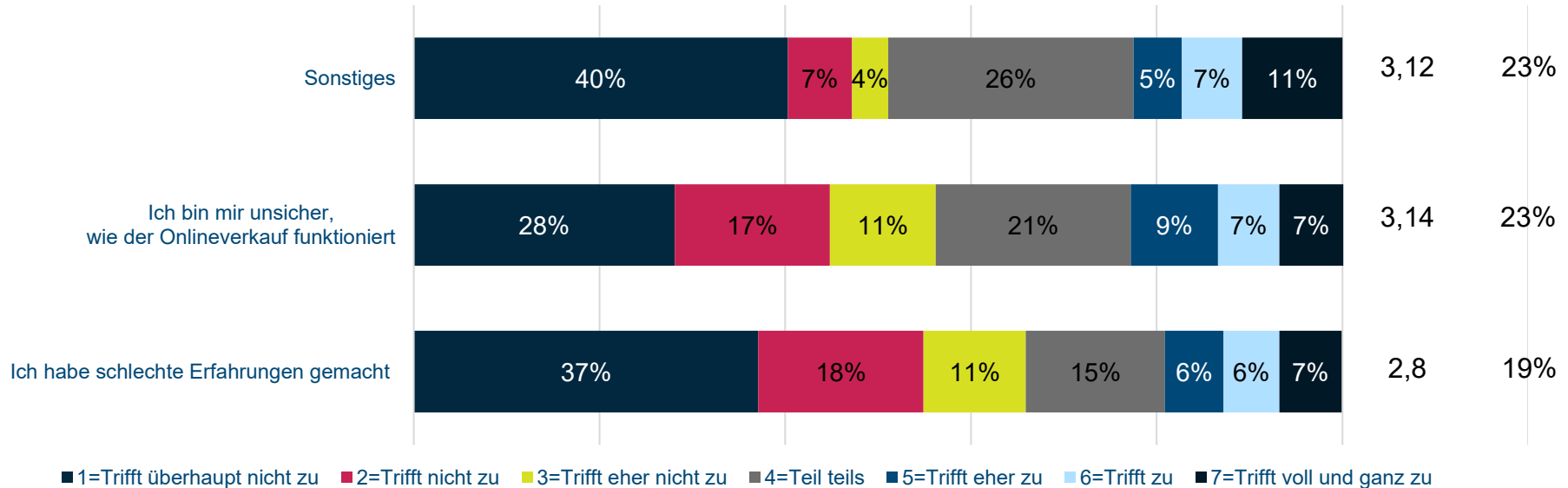
Mittel-
wert % Zustim-
mung



Bedenken und Hindernisse für den Gebrauchtwarenverkauf unter Nicht-Verkäufern (3/3)

Was hält Sie davon ab, selbst gebrauchte Ware online zu verkaufen?

Mittel-
wert % Zustim-
mung



Weitere Studien und Publikationen zum Thema Re-Commerce:

www.uni-saarland.de/lehrstuhl/popp/forschung/empirische-forschung-und-studien/re-commerce.html

Bei Rückfragen stehen Ihnen die Autoren der Studien und das Team des [Instituts für Handel & Internationales Marketing](#) gerne zur Verfügung.

Prof. Dr. Bastian Popp

Universität des Saarlandes
66123 Saarbrücken

E-Mail: bastian.popp@uni-saarland.de

Telefon: +49-(0)681-302 4475

Laurin Krempel, M.Sc.

Universität des Saaarlandes
66123 Saarbrücken

E-Mail: laurin.krempel@uni-saarland.de

Telefon: +49-(0)681-302 2574